



Fairscope

powered by *“opinionway*

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT
KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU





Fairscope

powered by “*opinionway*”

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU

Klientocentryczność (ang. **customer-centricity**) to strategia i filozofia biznesowa, która stawia klienta w centrum wszelkich działań firmy. Oznacza, że każda decyzja, proces, produkt i usługa są zaprojektowane z myślą o potrzebach, oczekiwaniach i satysfakcji klienta.

W dzisiejszym konkurencyjnym i nieprzewidywalnym świecie - gdzie hiperkustomizacja i dywersyfikacja ofert są dostosowane do cyfrowych i zmiennych konsumentów - klientocentryczność stała się jednym z kluczowych elementów sukcesu firmy. Pomaga firmom wyróżnić się na rynku i budować silne, trwałe relacje z klientami.



Właśnie dlatego stworzyliśmy **Fairscope**. Jest to wskaźnik pozwalający na syntetyczne zmierzenie konsumenckiej percepcji zaangażowania firmy w sprawy jej klientów. Wskaźnik jest porównywany z różnymi firmami z branży, dzięki czemu właściciele marek mogą łatwo ocenić wyniki swojej marki na tle konkurencji.

OpinionWay CEE posiada rozległe doświadczenie w badaniu tematyki klientocentryczności prowadząc dla swoich klientów ciągłe procesy monitorujące poziom NPS oraz procesy Close the Loop.



Fairscope

powered by *“opinionway”*

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?
OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU

„Czy uważasz, że [marka] liczy się z klientami i dba o nich?”

Fairscore 94%

94% = wartość indeksu Fairscore, odsetek zgadzających się z tym, że marka liczy się z klientami i dba o nich, wśród osób znających daną markę.





Fairscope

powered by "opinionway"

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU



3550
RESPONDENTÓW



13
ZBADANYCH SEKTORÓW



10/2024
TERMIN REALIZACJI



144 BADANE MARKI





Fairscope

powered by *“opinionway”*

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU

6 kluczowych wniosków

Zorientowanie na klienta jest głównym wyzwaniem dla marek, które muszą wzmacniać więź ze swoimi klientami w czasach pełnych wyzwań ekonomicznych i społecznych. Badanie pokazuje, że...

1

Trzy najlepsze marki postrzegane jako najlepiej dbające o swoich klientów to :



2

To marki niespożywcze przewodzą sektorom o najsilniejszej więzi z klientami. Empik jest liderem w tym sektorze.

empik

3

Marki kosmetyczne są drugim obszarem silnym w podejściu customer-centric, a Dove i Ziaja są liderami.



4

Ostatnim sektorem na podium, który jest odbierany jako najbardziej klientocentryczny są apteki/ drogerie, których liderem jest Rossmann.

ROSSMANN

5

Średni wynik Fairscore dla 144 testowanych marek wyniósł 80%

80%

Tak, marka dba o swoich klientów

6

Zestawienie wyników świadomości marki i wskaźnika Fairscore mierzonego wśród tych, którzy znają markę, pokazuje pozycję marek. Marki, które są dobrze znane i mają wysoki wynik Fairscore, są liderami i mają duży potencjał na pozytywny consumer voice. Z kolei te, które są bardzo dobrze znane, ale przeciętnie lub źle wypadają na Fairscore w dłuższej perspektywie ryzykują zły buzz. Marki, które są mniej znane, ale mają silny Fairscore, mają ogromny potencjał, by zabłysnąć i być na językach konsumentów, którzy będą pozytywnie o nich mówili. Wreszcie, te, które nie są ani dobrze znane, ani dobrze postrzegane, borykają się z rozwojem swojej pozycji. **Dzięki analizom możemy każdą z tych 144 badanych marek zaklasyfikować do danej kategorii.**

01

NAJBARDZIEJ KLIENTOCENTRYCZNE MARKI NA POLSKIM RYNKU



Fairscope

powered by

“opinionway



Fairscope

powered by "opinionway"

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU



TOP5 KLIENTOCENTRYCZNYCH MAREK

WSZYSTKIE BADANE SEKTORY

allegro



empik

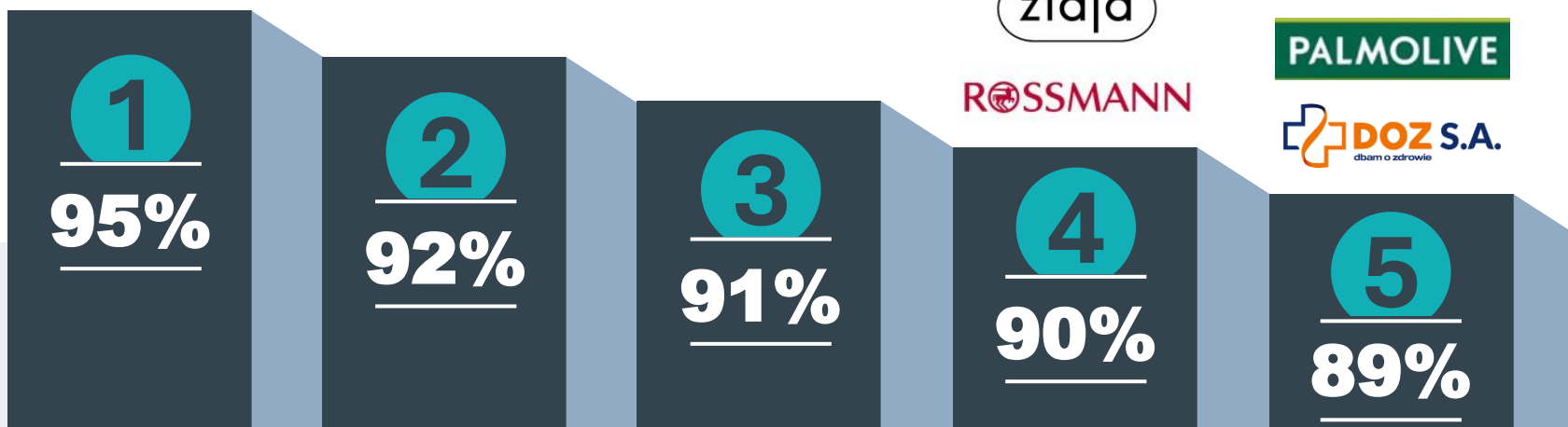


ziaja

ROSSMANN



PALMOLIVE



Badanie OpinionWay CEE przeprowadzone w październiku 2024 r. na reprezentatywnej próbie 3550 dorosłych Polaków, 144 marek w 13 sektorach gospodarki.

Dla każdej marki badani zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytanie: Czy uważasz, że MARKA liczy się z klientami i dba nich?

Prezentowane dane, to łączna suma odpowiedzi twierdzących (% zdecydowanie tak + % raczej tak). Podstawa procentowania: Polacy znający daną markę.



Fairscope

powered by "opinionway"

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU



TOP5 KLIENTOCENTRYCZNYCH MAREK

WSZYSTKIE BADANE SEKTORY / WŚRÓD POLAKÓW W WIEKU 18-34 LAT

allegro



castorama



Cien



1
94%

2
90%

3
89%

4
88%

5
87%

Badanie OpinionWay CEE przeprowadzone w październiku 2024 r. na reprezentatywnej próbie 3550 dorosłych Polaków, 144 marek w 13 sektorach gospodarki.

Dla każdej marki badani zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytanie: Czy uważasz, że MARKA liczy się z klientami i dba nich?

Prezentowane dane, to łączna suma odpowiedzi twierdzących (% zdecydowanie tak + % raczej tak). Podstawa procentowania: Polacy znający daną markę.



Fairscope

powered by *“opinionway”*

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU



KLASYFIKACJA SEKTOROWA



RETAIL
NON-FOOD



KOSMETYKI



APTEKI I
DRUGSTORES



RETAIL
ONLINE



RETAIL
FOOD



FIRMY
KURIERSKIE



UBEZ-
PIECZENIA



RETAIL
MODA



BANKI



TELECOM



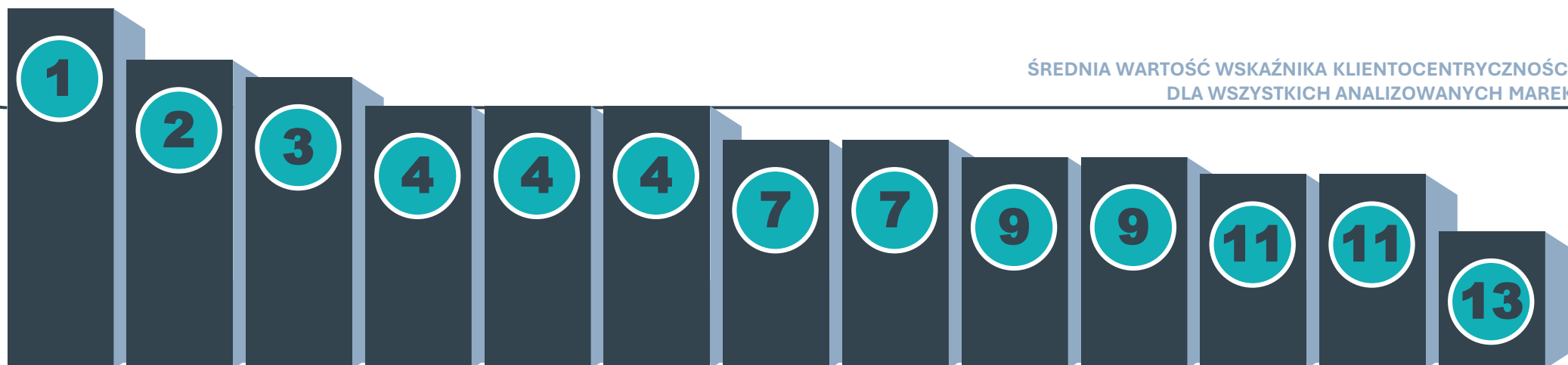
RESTAU-
RACJE



OTC



TRANSPORT



ŚREDNIA WARTOŚĆ WSKAŹNIKA KLIENTOCENTRYCZNOŚCI
DLA WSZYSTKICH ANALIZOWANYCH MAREK

80%

Badanie OpinionWay CEE przeprowadzone we październiku 2024 r. na reprezentatywnej próbie 3550 dorosłych Polaków, 144 marek w 13 sektorach gospodarki. Dla każdej marki badani zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytanie: Czy uważasz, że MARKA liczy się z klientami i dba nich? Prezentowane dane, to łączna suma odpowiedzi twierdzących (% zdecydowanie tak + % raczej tak). Podstawa procentowania: Polacy znający daną markę.



Fairscope

powered by "opinionway"

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?
OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU



LIDERZY SEKTORA



CCC



UBEZPIECZENIA

KOSMETYKI

RETAIL MODA

RESTAURACJE

TELECOM

FIRMY KURIERSKIE/
DOSTAWA PACZEK

BANKI

RETAIL ONLINE

RETAIL FOOD

RETAIL NON-FOOD

PRODUCENCI OTC

TRANSPORT

APTEKI I
DRUGSTORES



Badanie OpinionWay CEE przeprowadzone we październiku 2024 r. na reprezentatywnej próbie 3550 dorosłych Polaków, 144 marek w 13 sektorach gospodarki. Dla każdej marki badani zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytanie: Czy uważasz, że MARKA liczy się z klientami i dba nich? Prezentowane dane, to łączna suma odpowiedzi twierdzących (% zdecydowanie tak + % raczej tak). Podstawa procentowania: Polacy znający daną markę.

02

**CO ZNAJDE
W PEŁNYM
RAPORCIE?**



Fairscope

powered by

“opinionway



Fairscope

powered by "opinionway"

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?
OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU

Pełny raport zawiera znacznie większy zakres informacji, m.in.:

- ▶ wskaźnik świadomości Twojej marki i jej pozycjonowanie na tle marek w sektorze
- ▶ strategiczny mapping marek z danego sektora (patrz następna strona)
- ▶ benchmarki dla wskaźnika klientocentryczności:
 - ▶ w porównaniu ze średnią dla marek w danym sektorze
 - ▶ w porównaniu ze wszystkimi 144 badanymi markami
 - ▶ analiza wskaźnika z perspektywy zmiennych społeczno-demograficznych
- ▶ typologia postaw zakupowych Polaków i ich charakterystyka
 - ▶ analiza wskaźnika klientocentryczności w kontekście typologii postaw zakupowych Polaków
 - ▶ analiza typologii postaw zakupowych Polaków z perspektywy Twojej marki i konkurencyjnych marek w Twoim sektorze
- ▶ ekspercki komentarze i podsumowania ekspertów OpinionWay
- ▶ szczegółowa metodologia badania Faircope





Fairscope

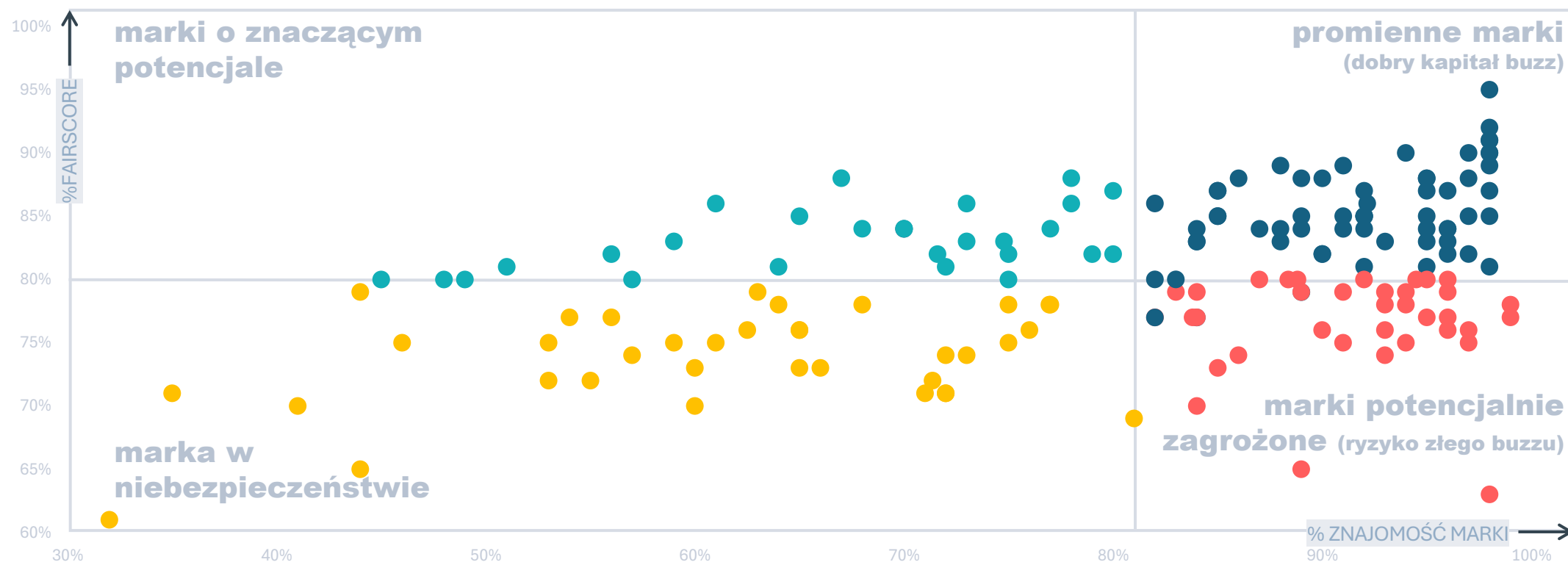
powered by "opinionway"

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?
OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU



STRATEGICZNY MAPPING MAREK Z SEKTORA

PROJEKCJA DLA 144 BADANYCH MAREK / **GDZIE ZNAJDUJE SIĘ TWOJA MARKA?**





Fairscope

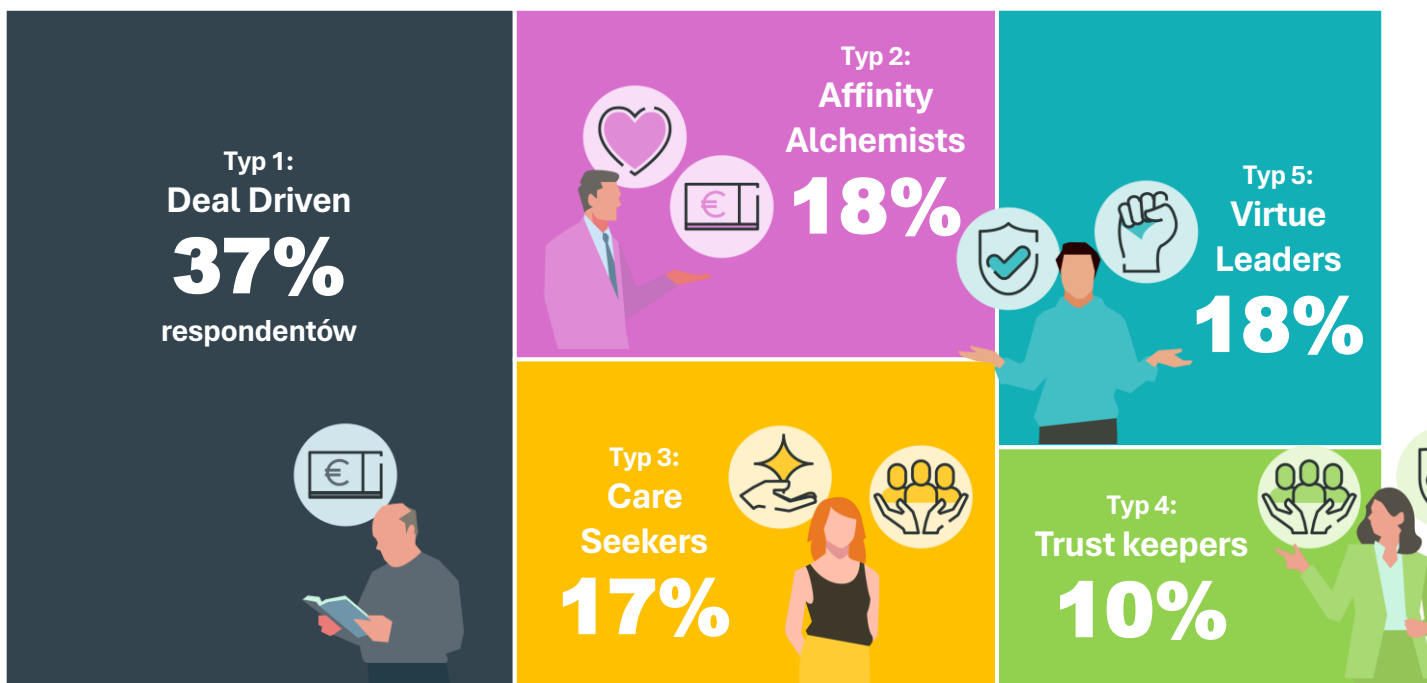
powered by *“opinionway”*

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU



WIELKOŚĆ KAŻDEJ Z 5 GRUP KONSUMENTÓW



Wyniki są także analizowane pod kątem różnych grup konsumentów, prezentujących różne potrzeby w trakcie zakupów:

1. **Deal Driven** – konsumenci dla których liczy się oferta i to, ile przyjdzie im za nią zapłacić;
2. **Affinity Alchemists** – konsumenci, którzy przy wyborze oferty biorą pod uwagę siłę i pozycję marki;
3. **Care Seekers** – grupa, w której szczególnie istotny jest aspekt obsługi klienta i troski roztaczanej przez markę;
4. **Trust Keepers** – grupa, dla której ważna jest wiarygodność marki i jej nakierowanie na potrzeby klientów i pozytywny wpływ na otoczenie społeczne i środowisko;
5. **Virtue Leaders** – konsumenci, którym na sercu szczególnie silnie leży wiarygodność marki i jej pozytywny wpływ na otoczenie społeczne i środowisko



Fairscope

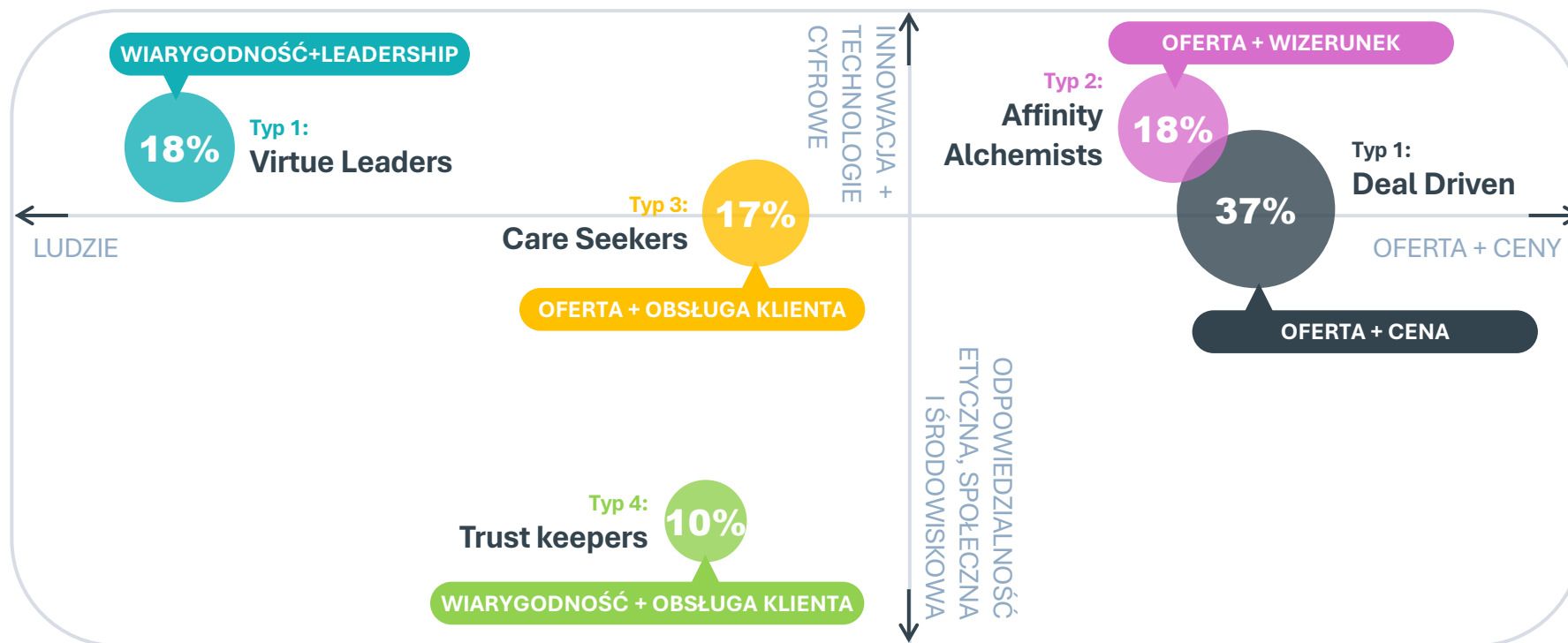
powered by "opinionway"

KTÓRE MARKI LICZĄ SIĘ Z KLIENTAMI I DBAJĄ O NICH?

OPINIE KONSUMENTÓW NA TEMAT KLIENTOCENTRYCZNOŚCI MAREK NA POLSKIM RYNKU



TYPOLOGIA POSTAW ZAKUPOWYCH



Poszczególne typy konsumentów można zmapować na uniwersalnych wymiarach, które określają strategiczne kierunki dla marek.



LET'S STAY IN TOUCH!

www.opinion-way.pl

“opinionway

ul. ALEJA JANA PAWŁA II, nr 29
00-867 WARSZAWA

PARYŻ
WARSZAWA
KASABLANKA
ALGIER
ABIDŻAN

Your contacts

Nicolas Curtelin

Managing Director

nicolas.curtelin@opinion-way.com

Piotr Sztabiński

Business Development Director

psztabinski@opinion-way.com

+48 505 464 905